

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money dengan Minat Pengguna sebagai Variabel Mediasi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan data penelitian yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Populasi dan Sampel adalah Mahasiswa Prodi Manajemen yaitu Angkatan 2019, 2020 dan 2021 berjumlah 86 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran Kuesioner melalui google form dengan skala likert. Teknik pengujian data menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, uji R- Square dan Uji Hipotesis dengan Bootstrapping dengan menggunakan Software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money, Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money, Persepsi Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pengguna, Persepsi Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Pengguna dan Minat Pengguna berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Keputusan Penggunaan E-Money.

Kata Kunci: Persepsi Manfaat, Persepsi Keamanan, Minat Pengguna, Keputusan Penggunaan e-money

ABSTRACT

This study aims to investigate the Effect of Perceived Benefits and Perceived Security on Decisions to Use E-Money, with User Interests as a Mediating Variable, in the Management Study Program at the Faculty of Economics and Business, University of Jambi. This research is quantitative in nature and uses both primary and secondary data sources. The population and sample consist of 86 Management Study Program students from the classes of 2019, 2020, and 2021. Google Forms were used to distribute questionnaires on a Likert scale for data collection. Using SmartPLS 3.0 Software, the Validity Test and Reliability Test, R-Square test, and Hypothesis Test with Bootstrapping are employed for data testing. Perceived Benefit had a significant positive effect on Decisions to Use E-Money, while Perceived Security had a significant positive effect on Decisions to Use E-Money. Perceived Benefit had a significant positive effect on User Interest, and Perceived Security had a significant positive effect on User Interest.

Keyword : *Perceived Benefits, Perceived Security, User Interests, Decisions to Use e-money.*